



สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์



จิตรารักษ์ สุทธิวรเศรษฐ์

**พิมพ์ครั้งที่ 6**  
(ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม)

# สารบัญ

บทที่ 1	ความเข้าใจทั่วไปเกี่ยวกับการวางแผน	หน้า
	ความหมายทั่วไปของการวางแผน	1
	ความหมายของการวางแผนการประชาสัมพันธ์	2
	เหตุผลและความจำเป็นต้องมีการวางแผน	7
	การประชาสัมพันธ์	9
	ประโยชน์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์	32
	วัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์	36
	หน้าที่ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์	37
	ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์	39
บทที่ 2	ความสัมพันธ์ของการวางแผน	
	การประชาสัมพันธ์และการบริหารงาน	
	ขององค์การ	59
	ความหมายของการบริหารงาน	59
	ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์	67
	บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในองค์การ	74
	องค์ประกอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน	
	การประชาสัมพันธ์	77
	การตัดสินใจและการวางแผนนโยบาย	78
	ความหมายของการตัดสินใจ	78
	กระบวนการตัดสินใจ	78
	ประเภทการตัดสินใจ	80
	ข้อควรคำนึงถึงในการตั้งคณะกรรมการ	
	เพื่อทำการตัดสินใจ	82
	ข้อดีข้อเสียของการตั้งกลุ่มทำการตัดสินใจ	82



	หน้า
นโยบาย	84
ความหมาย	85
การวางนโยบาย	86
ความสำคัญของนโยบายต่อการวางแผน	
การประชาสัมพันธ์	87
ประเภทและแหล่งที่มาของนโยบาย	89
ปัจจัยเพื่อกำหนดนโยบาย	91
ลักษณะนโยบายที่ดี	93
เรื่องที่จะเป็นนโยบาย	95
ปัจจัยสำคัญต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์	96
มนุษย์ปัจจัย	96
ความสำคัญของมนุษย์ปัจจัยต่อ	
การวางแผนการประชาสัมพันธ์	96
งบประมาณ	97
ความสำคัญของงบประมาณต่อการวางแผน	
การประชาสัมพันธ์	97
เวลา	99
ความสำคัญของเวลาต่อความสำเร็จของ	
การวางแผนการประชาสัมพันธ์	99
ค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณี	100
ความหมายของค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี	100
ความสำคัญของค่านิยม วัฒนธรรมและ	
ประเพณี	101
วัสดุอุปกรณ์	102
ความสำคัญของวัสดุอุปกรณ์ต่อความ	
สำเร็จของแผนการประชาสัมพันธ์	102

		หน้า
บทที่ 3	การวางแผนการประชาสัมพันธ์	103
	ใครเป็นผู้วางแผน?	104
	คำที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์	107
	หลักในการวางแผนการประชาสัมพันธ์	109
	ความเข้าใจในสภาพการณ์และสภาพปัญหา	109
	การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการการประชาสัมพันธ์	113
	วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการชี้แจงบอกกล่าวหรือให้ข้อมูล	117
	วัตถุประสงค์เพื่อการสร้างแรงจูงใจ	118
	การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย	121
	การเลือกใช้สื่อและเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย	123
	การกำหนดงบประมาณ	126
	ประเมินและติดตามผลงาน	128
	การวางแผนและบริหารงานการประชาสัมพันธ์โดย ใช้หลักของ MBO	128
	ข้อคิดบางประการในการวางแผนการประชาสัมพันธ์	141
บทที่ 4	เครื่องมือช่วยในการวางแผน	
	การประชาสัมพันธ์	145
	แผนภูมิของแกนต์ (Gantt Chart)	145
	PERT Network	151
	การวางแผนงบประมาณแบบแสดงแผนงาน (PPBS)	174
	งบประมาณฐานศูนย์-ZBB (Zero-Base-Budgeting)	182
บทที่ 5	การนำแผนไปปฏิบัติ	193
	ใครคือผู้นำแผนไปปฏิบัติ	193



	หน้า
การนำแผนไปปฏิบัติเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	193
สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการนำแผนไปปฏิบัติ	195
การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	204
<b>บทที่ 6 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์</b>	<b>209</b>
ความหมายของการประเมินผล	210
ความสำคัญและความจำเป็นของการประเมินผล	213
หน้าที่ของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์	216
วัตถุประสงค์ของการประเมินผลทางการประชาสัมพันธ์	217
ประเภทของการประเมินผล	219
วิธีการในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์	219
ข้อบช่ายในการประเมินผล	223
เครื่องมือช่วยในการประเมินผล	224
แหล่งข้อมูลในการประเมินผล	229
ประโยชน์ของการประเมินผลและการนำไปใช้	229
ใครเป็นผู้ทำการประเมินผล?	231
<b>บทที่ 7 อุปสรรคและปัญหาในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์</b>	<b>235</b>
อุปสรรคและปัญหาด้านนโยบาย	235
อุปสรรคและปัญหาด้านข้อมูลและสถิติที่จำเป็น	237
อุปสรรคและปัญหาด้านบุคลากร	238
อุปสรรคและปัญหาการประสานงานระหว่าง	
หน่วยราชการและความร่วมมือ (กับภาคเอกชน)	240
ปัญหาการละเลยในการมุ่งพัฒนาคน	242
ปัญหาด้านงบประมาณและระบบงบประมาณ	244
ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์ในการทำการประชาสัมพันธ์	246
ปัญหาการขาดความเข้าใจในแผนงานการประชาสัมพันธ์	247

	หน้า
ปัญหาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย	247
การไม่รู้หนังสือและขาดทักษะในการสื่อสาร	247
การยึดเหนี่ยวไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง	249
ปัญหาที่เกิดจากการไม่รู้จักรับบทบาทตัวเอง	250
ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค	
ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์	251
<b>บทที่ 8 กรณีศึกษา</b>	<b>255</b>
โครงการณรงค์เพื่อการรู้หนังสือแห่งชาติ	
(2527-2530)	261
โครงการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์	
(2531-2534)	275
การวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน	
และปราบปรามยาเสพติด	292
แผนการประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งสมาชิก	
สภาผู้แทนราษฎรทั่วไป	
กรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป	
วันอาทิตย์ที่ 17 พฤศจิกายน 2531	316
แผนการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	
2541-2542	341
แผนการประชาสัมพันธ์ร่างรัฐธรรมนูญ	
ฉบับประชาชน (สิงหาคม 2540)	368
การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและแก้ไขภาพพจน์เชิงลบของ	
บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด	397
บริษัท เนลท์ เล็กกับการแก้วิกฤตการณ์ต่อต้าน	
การใช้มรดกตัดแปลงสำหรับเลี้ยงทารกแทนนมมารดา	418



	หน้า
กรณียาลดไข้ไทลีนอล	445
การประชาสัมพันธ์ในภาวะฉุกเฉิน กรณีอุบัติเหตุ	195
รถบรรทุกก๊อชนะเบิดที่ถนนเพชรบุรีตัดใหม่	451
เหตุการณ์ไฟไหม้โรงงานเคเดอร์	464
กรณีโรงแรมรอยัลพลาซ่า ที่จังหวัดนครราชสีมาถล่ม	482
กรณีเพลิงไหม้บริษัทซันโย ยูนิเวอร์เซลล์	213
อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (มหาชน)	491
กรณีปัญหา	501
- ปัญหายาเสพติด	501
- มลภาวะทางน้ำที่มีผลต่อการประมงน้ำจืด	502
- กรณีศึกษาด้านความสัมพันธ์กับผู้บริโภค	508
- ปัญหาเรื่องไข่ไก่กลั่นตลาด	510
- ให้งวางแผนการประชาสัมพันธ์โครงการ	511
- ปัญหาถดถวนดำ	512
- ปัญหาเรือเสียงดัง	514
- ปัญหาการหารายได้สมทบทุน	515
- ปัญหาขอทาน	515
- ปัญหารังสีโคบอลต์-60	517
บรรณานุกรม	533
	238
	240
	242
	244
	246
	247